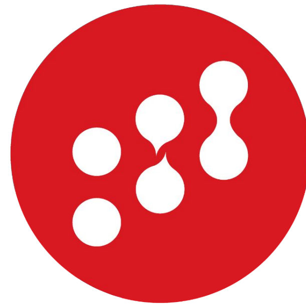


Online Listening

World Forum for a Responsible Economy

12 juin 2017

Executive Summary

<u>Contexte:</u> Le rapport d'Online Listening est une démarche d'écoute et d'analyse des traces conversationnelles laissées sur les media sociaux sur une période donnée.

<u>Contenus:</u>

Ce rapport d'analyse et de recommandations comprend:

a) **INTRODUCTION**
   i) Méthodologie
   ii) Rappel des thématiques et mots-clés
   iii) Vue d'ensemble et recommandations générales

b) **OBSERVATION, RECOMMANDATIONS ET ANALYSE DÉTAILLÉE PAR THÉMATIQUE**
   i) Savoirs et Compétences
   ii) Chocs technologiques
   iii) Nouveaux modèles entrepreneuriaux
   iv) Bien commun et entreprenariat
   v) Géostratégie Afrique, Inde

Pour chaque <u>thématique:</u>

1) Observations et Recommandations
2) Analyse détaillée des contenus conversationnels
   (a) Données quantitatives: volumes de contenus, sources et géographies
   (b) Sous-thématiques abordées dans les 100 contenus les plus relayés sur la période monitorée
   (c) Analyse de sentiments/sous-thématique
   (d) Typologie des créateurs de contenus
   (e) Pré-identification qualifiée de contributeurs cibles

Méthodologie (1/2)

Besoins et contraintes exprimés par le client:

1) **Objectif principal**: pré-identification de contributeurs cibles internationaux par thématique (en vue d'en inviter au moins 5 à contribuer à l'évènement)
2) **Date de remise du rapport** au vu du planning: mi-juin maximum

Choix de production:

- Période de monitoring logicielle courte: 6 semaines maximum,
  + analyse humaine: 2 semaines maximum

- Minimum visé par thématique: 2K contenus conversationnels
  un maximum visé sur l'ensemble de la période de monitoring: 100K contenus

- Centrage sur Twitter et Instagram (selon contraintes des licences logicielles),
  et élargissement á un monitoring sur d'autres plateformes si les minimums visés n'ont pas été atteints (en l'occurrence pour la track "géopolitique/Inde")

Méthodologie (2/2)

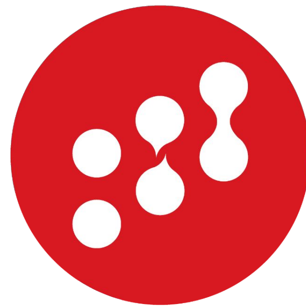
Axes d’analyse:

1) **Quels sont les contenus leaders, qui alimentent et influencent le + les conversations des micro-blogueurs à un instant T ?**
--- top 100 des contenus les plus relayés par thématique, par des auteur-e-s différent-e-s

NB: au vu des contraintes posées avec le client, cela diffère d’une étude statistique complète sur une période continue plus longue (2 á 3 mois) où l'on aurait utilisé la méthode des échantillons aléatoires représentatifs.

2) **Quels sont les créateurs de contenus originaux les plus actifs, et quel est leur positionnement par rapport aux contenus les plus relayés?**
--- Identification qualifiée de 3 à 5 contributeurs potentiels, pertinents par thématique

NB: nous ne nous intéressons pas aux leaders d'opinion, aux influenceurs les plus suivis, mais aux créateurs de contenus originaux les plus actifs, motivés par le partage de connaissances et l'extension de leur réseau de pairs sur leur thématique.



Savoirs et compétences

Observations, Recommandations et Analyse détaillée

Observations et recommandations

OBSERVATIONS

Majorité d'**opinions , et de contenus éducatifs**: menés par des individus, éducateurs **praticiens** aux US

Egalement **publicité d'entreprises:** un marché lucratif sur la cible des professeurs-blogueurs et établissements éducatifs



RECOMMANDATIONS D'ACTIONS

Á IMPLEMENTER

4 questions centrales:

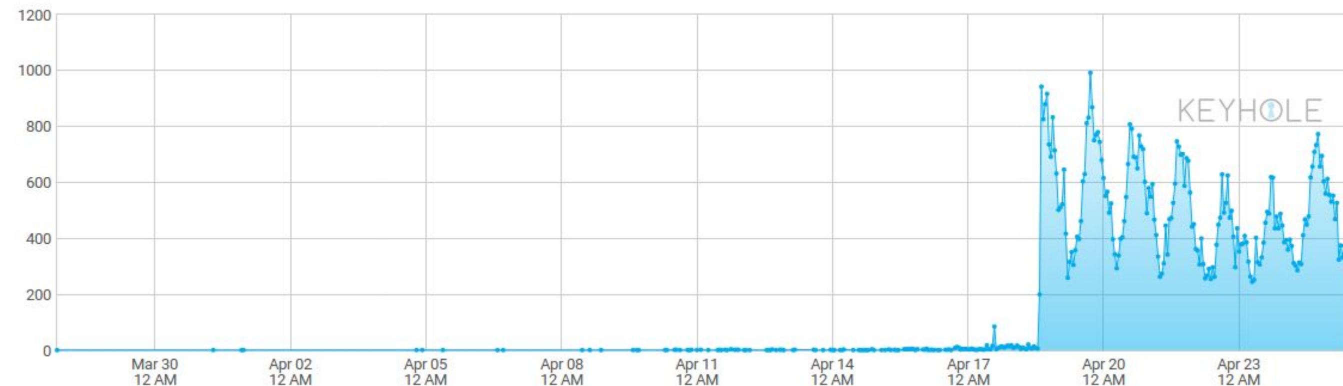
- Quels changements de **postures/d'attitudes pédagogiques** á l'ère de la disponibilité massive d'informations sur internet?
- Quelles/comment choisir les **interfaces** pédagogiques a l'ère du numérique ?
- Comment gérer la **multiplicité des offres logicielles** et mettre en lien les nouvelles logique de contenus (ex: e-learning, MOOC) pédagogiques et avec la diversité de l'offre de supports/media tous numériques (production de vidéos, réalité virtuelle)?
- Quels **nouveaux langages** doit-on apprendre a l'ecole (programmation) a l'ère du tout numérique (AI)?

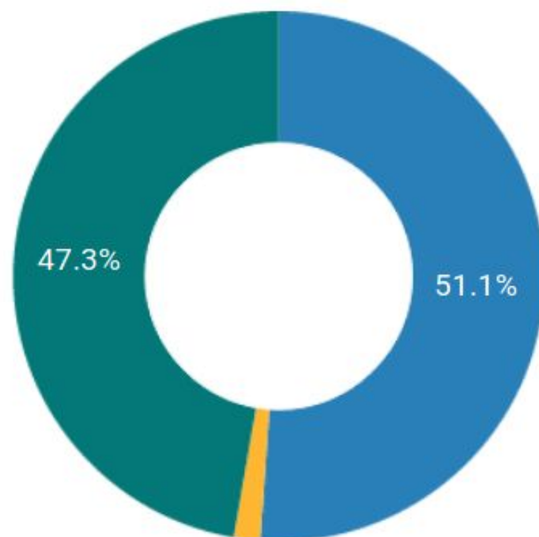
Inviter des **chercheurs des comportements psycho-sociologiques face á l'écran** (thème des rétentions, de l'individuation, transindividuation) - ex: IRI

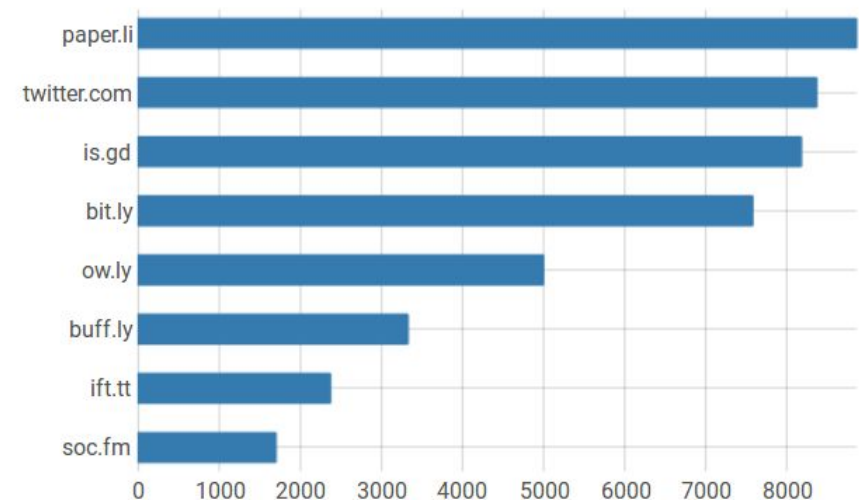
Vue d'ensemble

Mots-clé: e-learning, #Edtech, #FutureReady, Future of education, Deeper learning

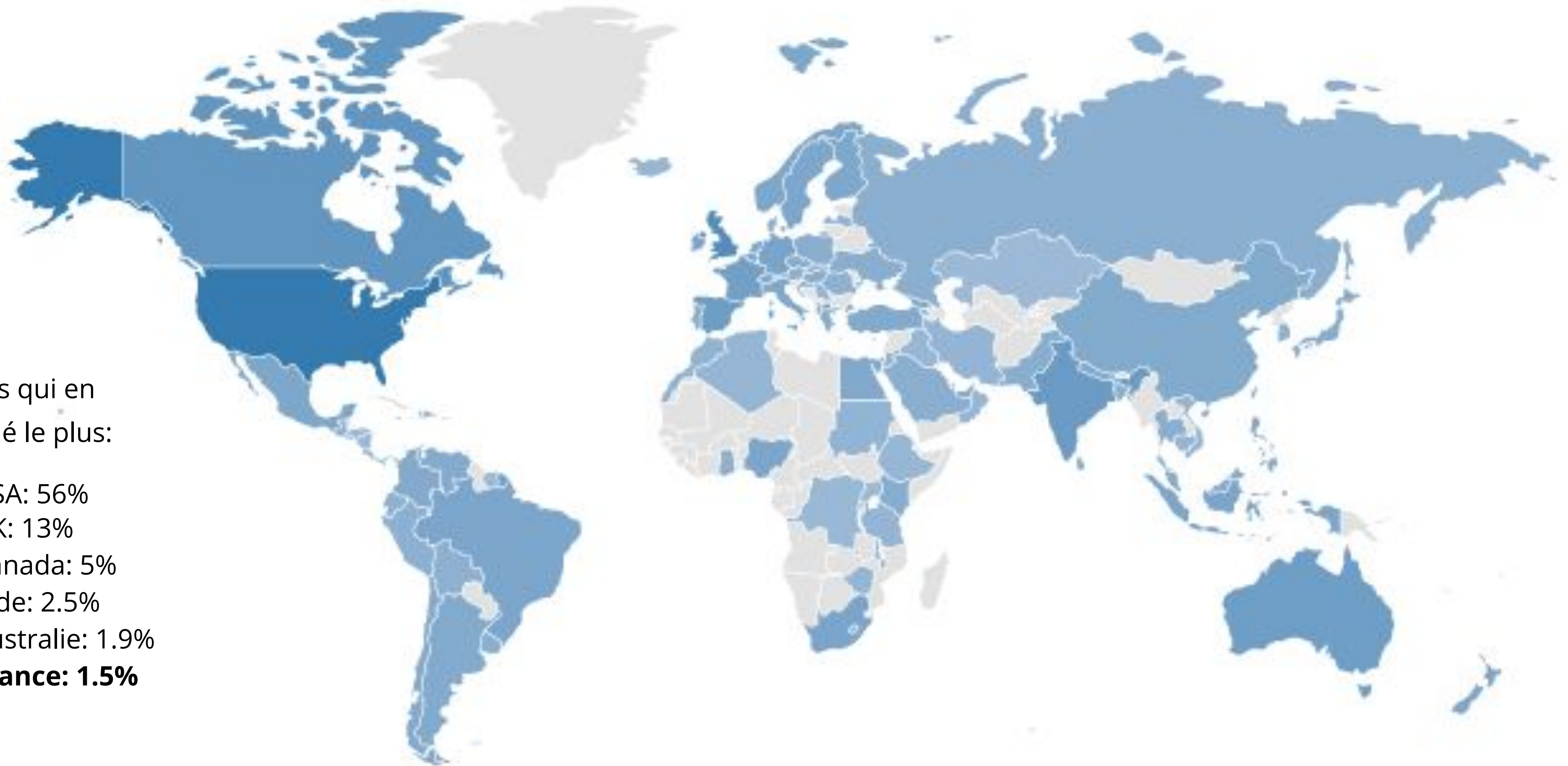
- **Période:** du 18 au 25 avril
- **Posts**: 83 325
- **Auteurs:** 30 470
- **Medii:** Twitter- instagram







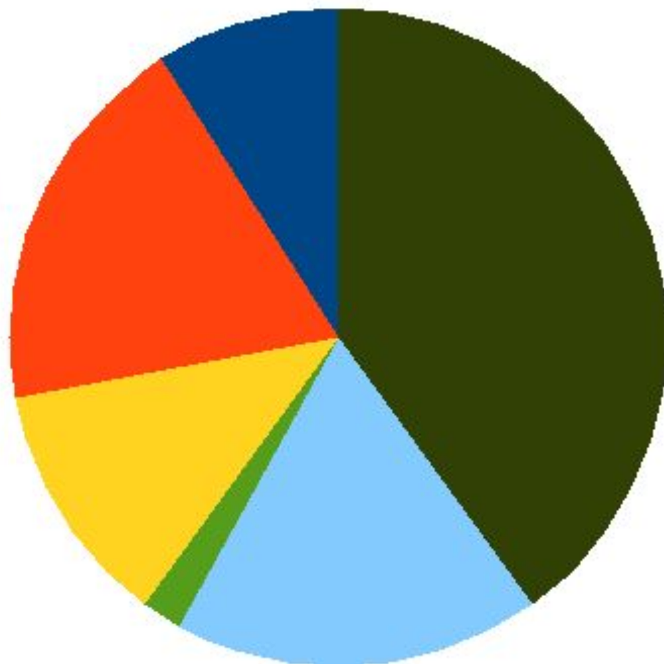
Vue d’ensemble

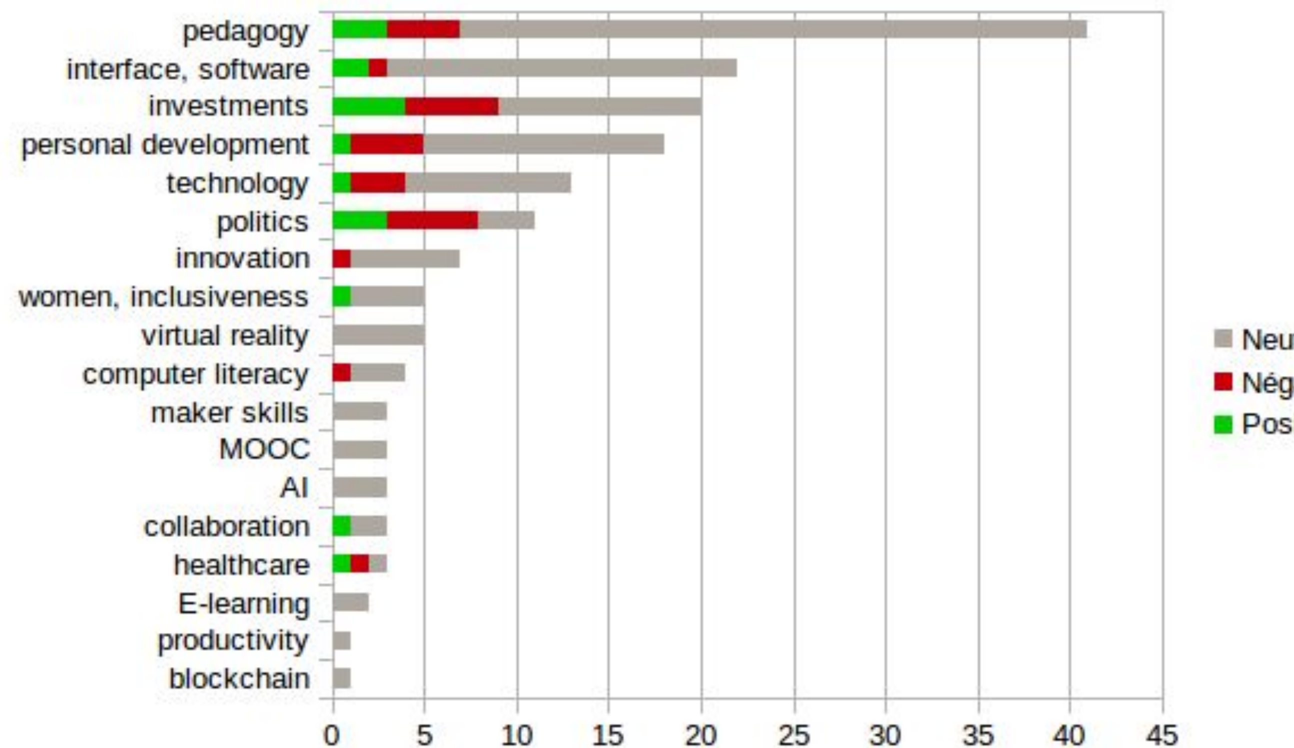


Les pays qui en ont parlé le plus:

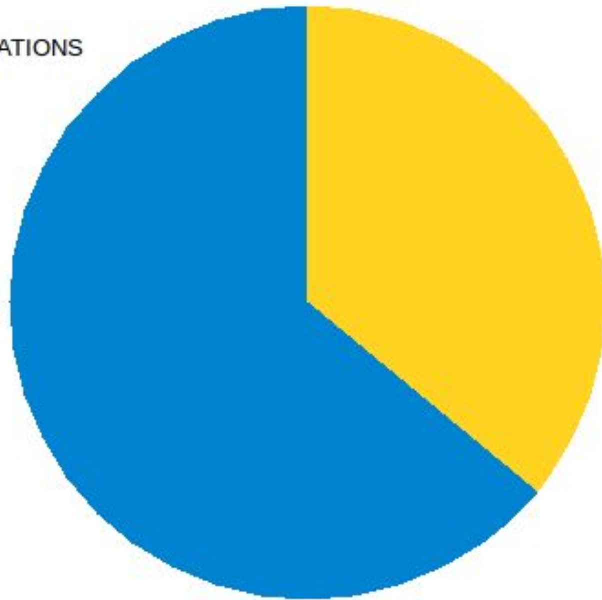
1. USA: 56%
2. UK: 13%
3. Canada: 5%
4. Inde: 2.5%
5. Australie: 1.9%
6. **France: 1.5%**

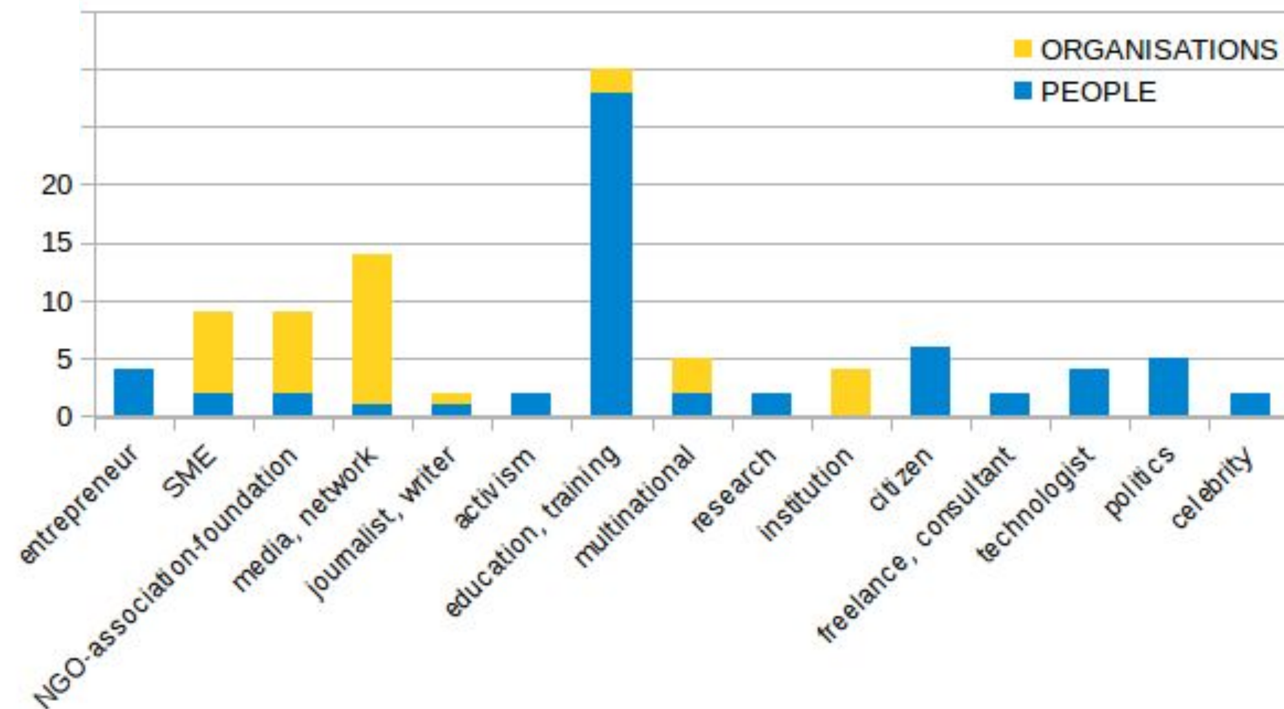
Conversations les plus relayées: que nous disent-elles?



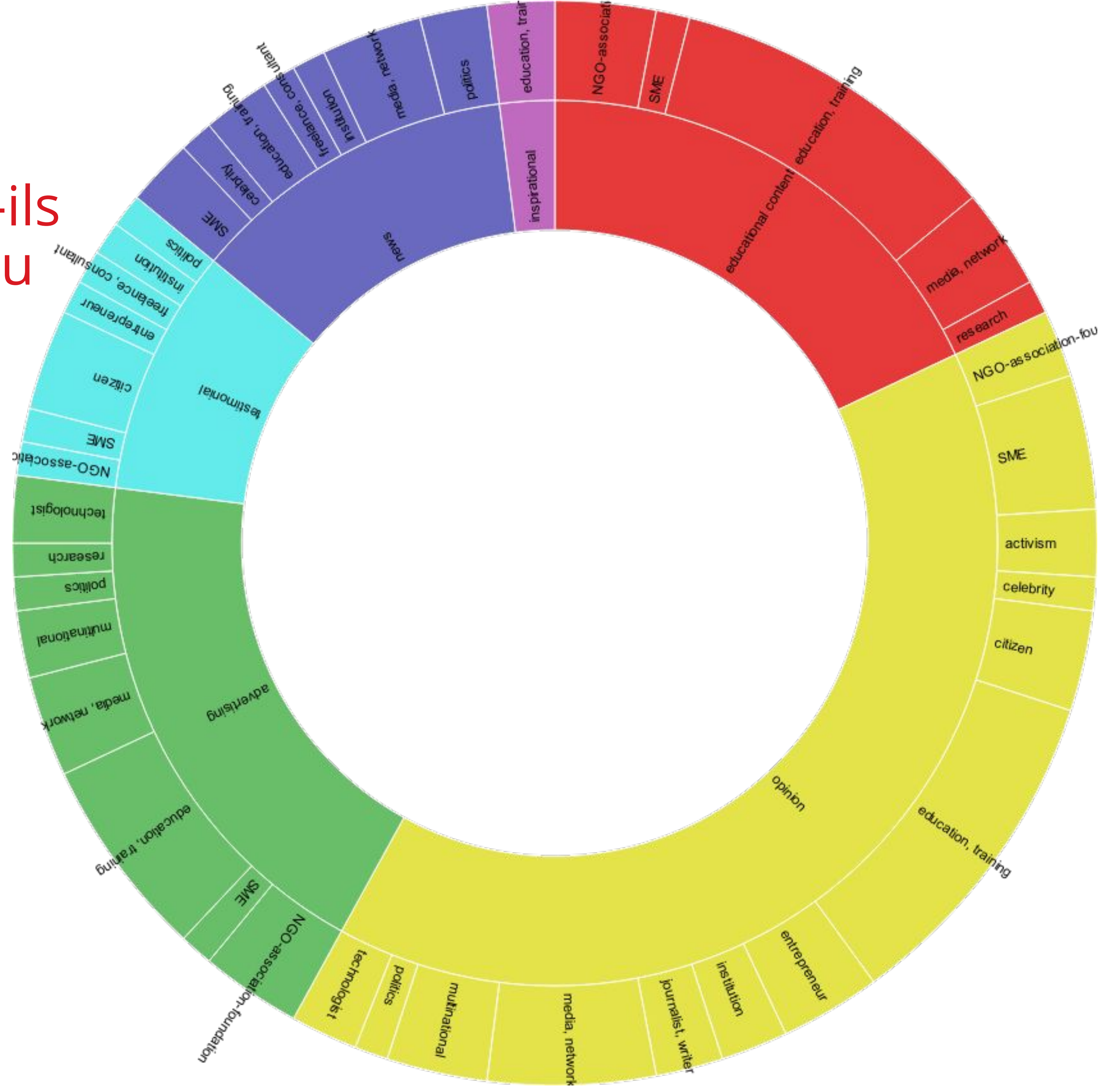


Qui sont les auteurs des contenus leaders?





Comment s'adressent-ils á leur réseau social?



Contributeurs potentiels



Dele Tejuoso

Nigeria

Tech Education in disadvantaged area: Wifi Combat Academy

+ **Tech + Social fort**

– présence en ligne limitée récemment

http://www.wificombatacademy.com/

Live-tweet,
Article co-writing,
Workshop,
Speech

Contributeurs potentiels



Alex Corbitt

NYC, USA

Writer / Teacher / Innovative Education / Socio Emotional Learning

+ **Top 200 #EdTech influencor, Top 24 STEAM educator**

− Pure web

https://twitter.com/Alex_Corbitt   https://www.alexcorbitt.com/

Live-tweet,
Article co-writing

Contributeurs potentiels



Vivi Friedgut

London

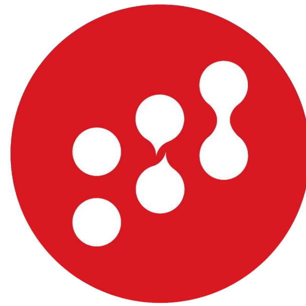
Author / Ex-trader / Social Entrepreneur / FinTech / Financial Litteracy

➕ **Huffington Post Contributor**

➖ Emerging Opinion Leader

http://www.blackbullion.com/blog/tag/b2b/ **https://twitter.com/ViviFriedgut**

Live-tweet,
Article co-writing,
Workshop,
Speech



Nouveaux modèles entrepreneuriaux

Observations, Recommandations
et Analyse détaillée

Observations et recommandations

OBSERVATIONS

Vaste majorité d’expression d’opinions multiples: semble illustrer un questionnement vers un **changement de paradigme** global.

Les **individus** s’expriment majoritairement par rapport aux organisations.

Sujets leaders:
- **environnement**: océans, transports et énergie propre (Information-news sur l’innovation)
- **gouvernance** (petits entrepreneurs)
- **nouveaux medii** (investisseurs)
- **nouvelles techno AI, blockchain** (transactions économiques)

NB: le questionnement ne touche pas seulement les entreprises mais aussi l’etat: brexit, avenir pr pays d’afrique

→

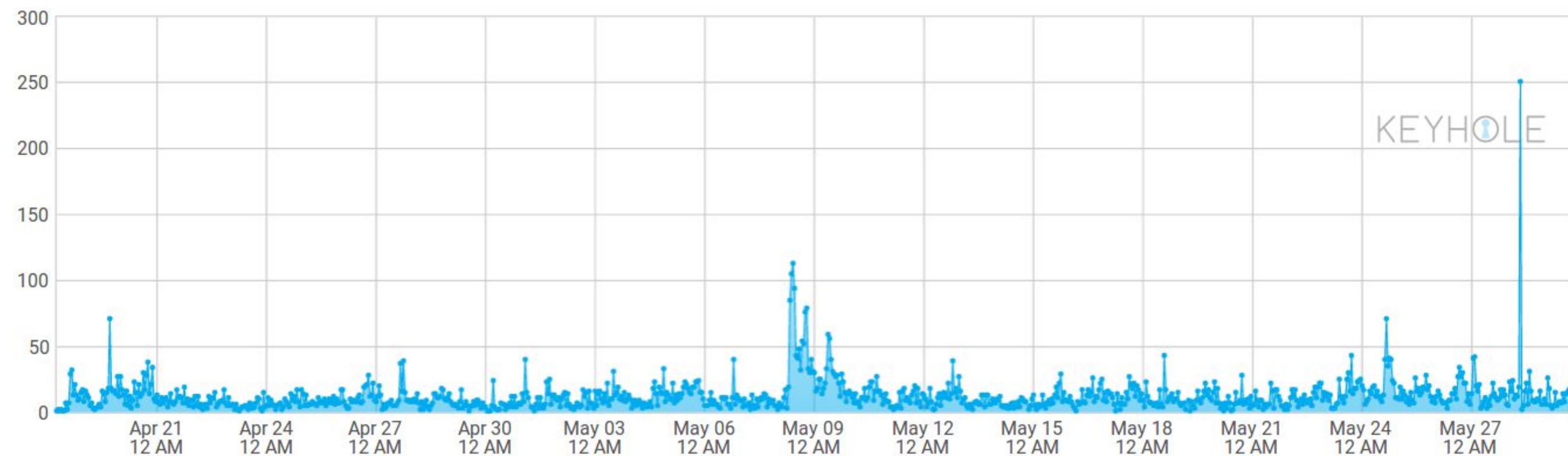
RECOMMANDATIONS D’ACTIONS Á IMPLEMENTER

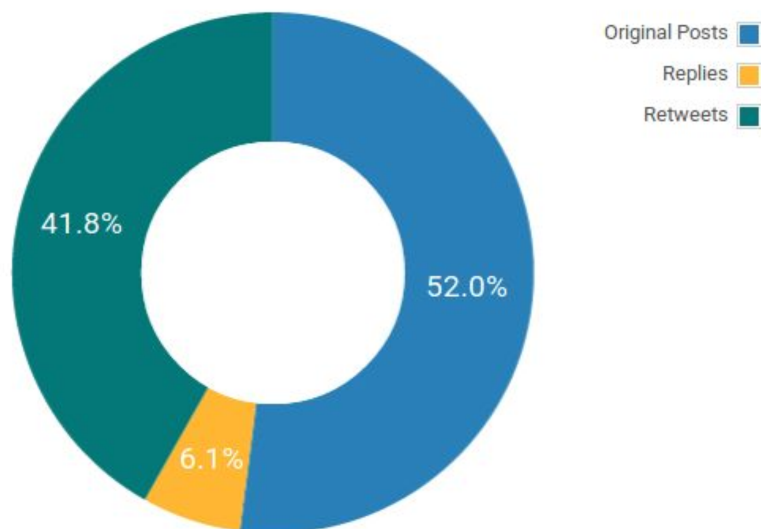
Face a la **multiplicite des themes**:
Faire intervenir des **chercheurs** des sciences humaines (sociologie, philosophie) pour avoir une compréhension globale de la thématique,
Aux côtés d’entrepreneurs, groupes **praticiens** des sujets leaders

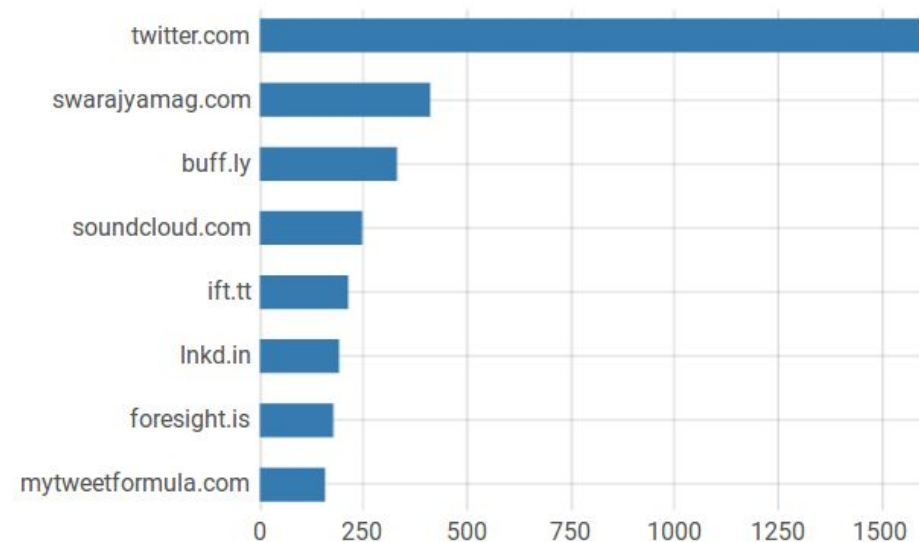
Vue d’ensemble (1/2)

Mots-clé: new+business+model, entrepreneur+new+model, innovative business model, new governance model, alternative economy

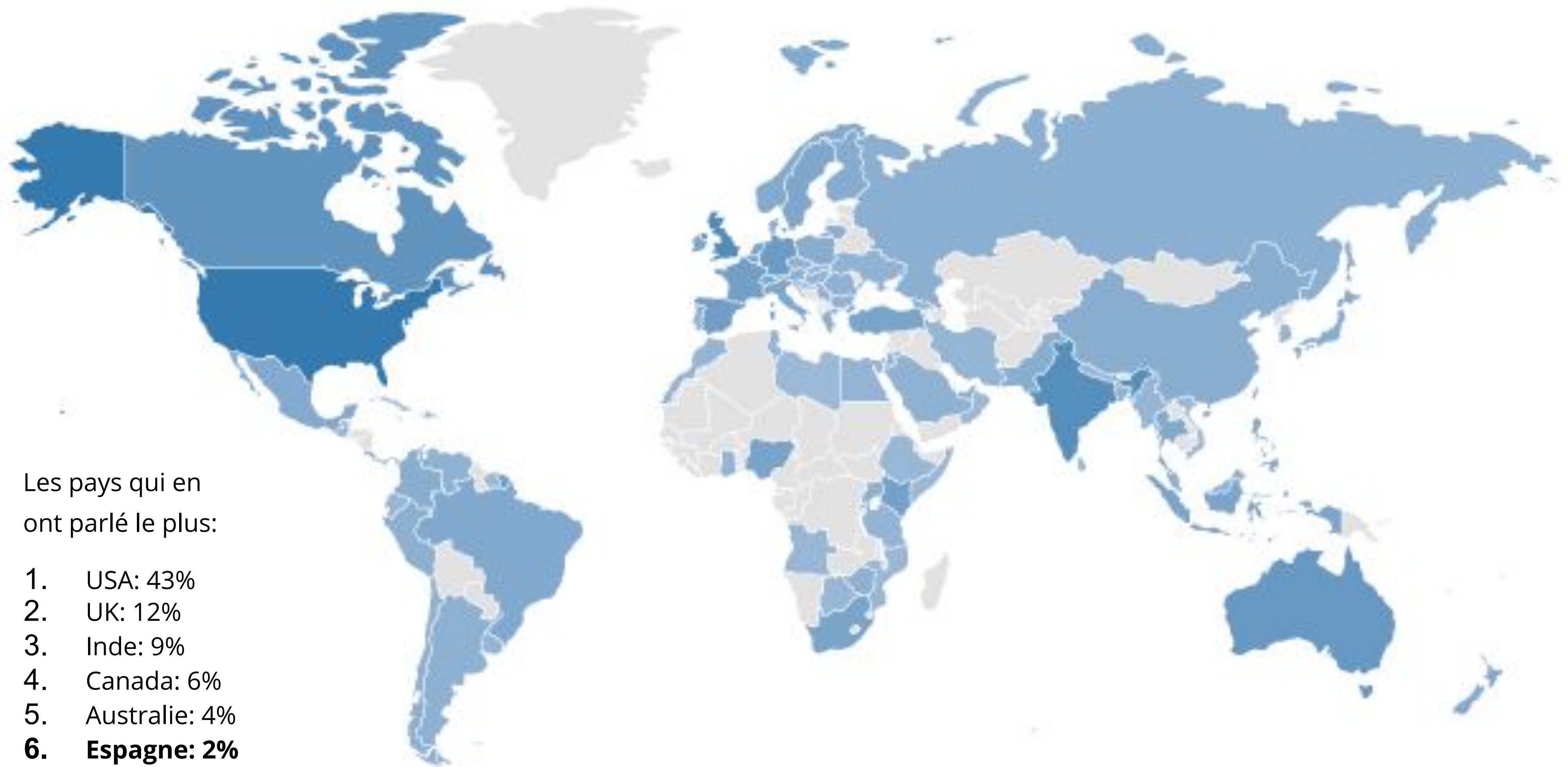
- **Période:** 20 avril au 30 Mai
- **Posts**: 12 093
- **Auteurs:** 9 553
- **Media:** Twitter-instagram



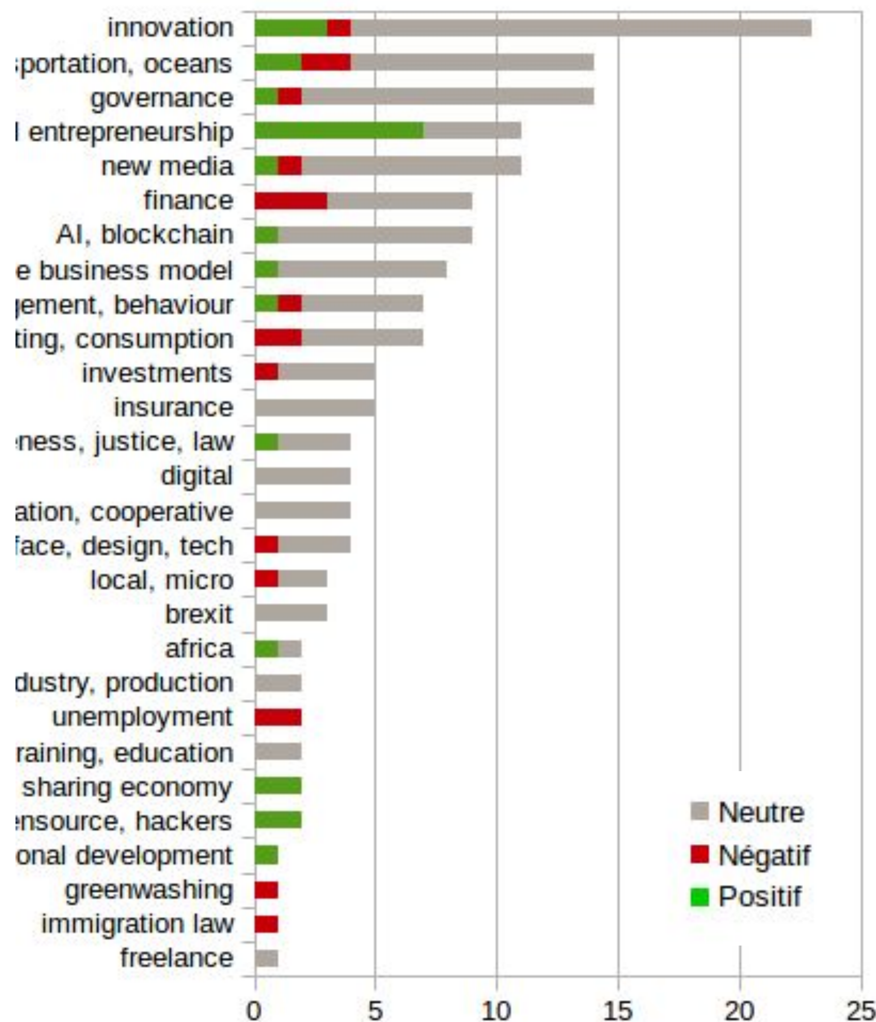


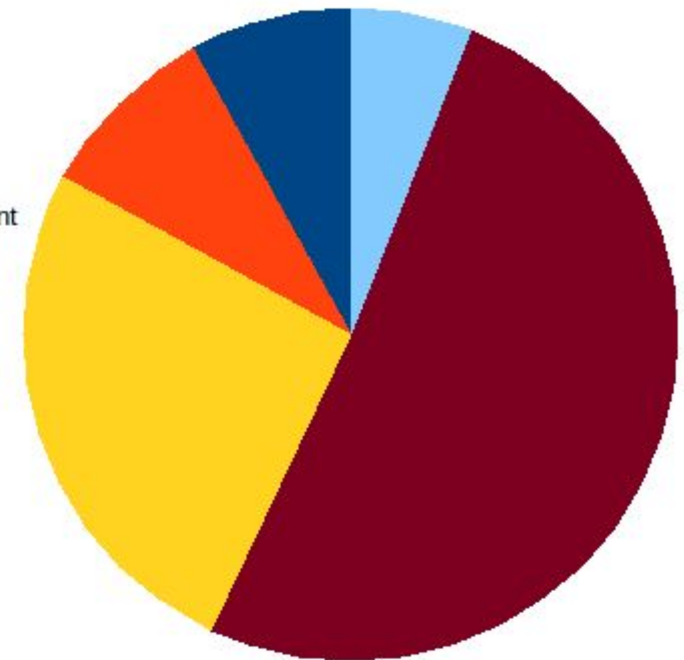


Vue d’ensemble (2/2)

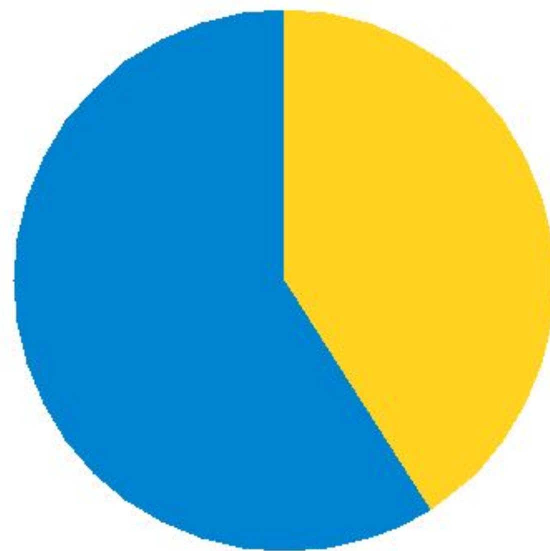


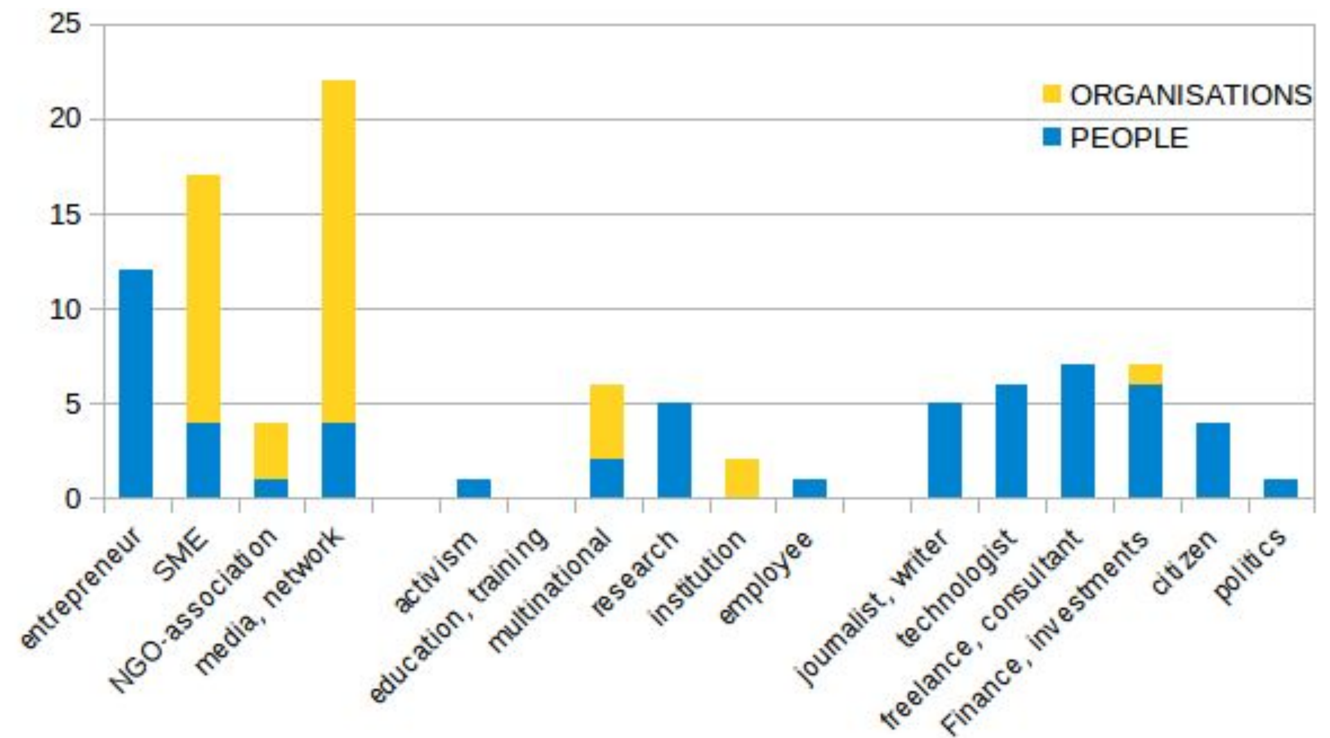
Conversations les plus relayées: que nous disent-elles?



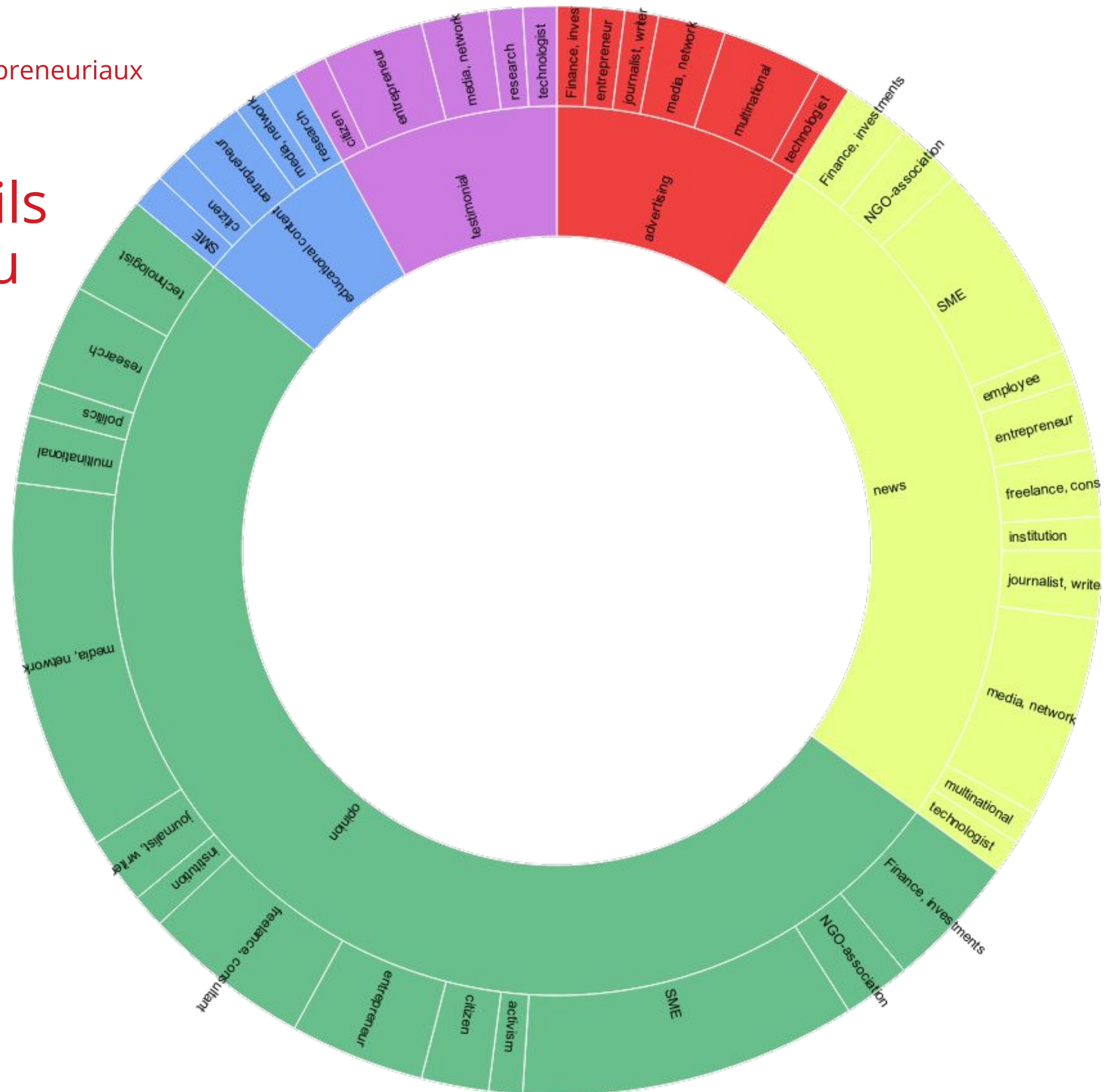


Qui sont les auteurs des contenus leaders?





Comment s’adressent-ils à leur réseau social?



Contributeurs potentiels



Isaac Getz

France

Author / Professor @ ESCP / Speaker

+ **"Entreprise libérée" avant guarde theorist**

– Modérément web

https://twitter.com/isaacgetz http://liberteetcie.com/

Live-tweet,
Article co-writing,
Workshop,
Speech

Contributeurs potentiels



Tiberius Brastaviceanu

Montreal

Hacker-coopentrepreneur, Open Governance

+ **Recognized Business model designer in Open Hardware**

−

https://twitter.com/ollitom72 http://www.sensorica.co/

Live-tweet,
Article co-writing,
Workshop,
Speech

Contributeurs potentiels



Amsterdam

CoopEntrepreneur, Speaker, Health VS Burocracy

+ **European leader in corporate auto-organisation pratices**

− NL writer

@josdeblok

Workshop,
Speech

Observations et recommandations générales

THEMATIQUES:
On observe différentes manières d'appréhender les sujets abordés au sein des différentes thématiques:

a) Certains montrent la présence de **sujets tendance** (ex: “integrated reporting”, “ la technologie dans les pays africains”):
–---- Approche possible: questionner les pratiques, les manières, le sens

b) D’autres révèlent des **questionnements multiples** qui s’inscrivent dans un changement de paradigme global:

- technologique
- sociologique
- rapport à la nature
- rapport à soi (individuation)

----- Mettre l’accent sur la pluridisciplinarité et donner les clés pour permettre d'appréhender la complexité (animation, offline/online)

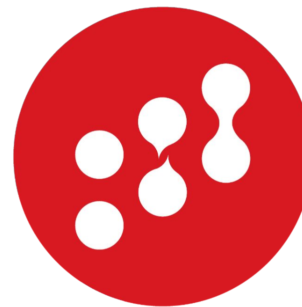
CO-CREATION CONTINUE:
S’inscrire dans une démarche de co-création continue:
a) strategie de creation de contenus posée l’an passé: avec travail sur l’alimentation du blog qui semble se poursuivre
b) moment opportun pour **évoluer vers une approche d'Écoute et d ‘invitations á Co-créer en continu sur différents parcours** avec:
   i) stratégie d’animation de conversations a distance avec lieux conversationnels spécifiques
   ii) une présence et des formats de dynamisation originaux
   iii) animateur-trice dédié-e en vue de lancer une dynamique contributive continue ouverte á tous publics

WORD-OF-MOUTH:
En vue de préparer le WoM de cette année, en vue d’impulser et de positionner le World Forum comme un lieu de co-création á différents niveaux (selon contraintes géographiques et de budget-logistique) :
a) ateliers avec animation en présentiel (ex: mutum) - défrayés transport + dans le programme +
b) tables rondes ET conversations privées ouvertes, avec outils de prise de note , de storytelling -
c) co-création de contenus á distance type manuel en licence libre: “bonnes pratiques”, “case studies” , “témoignages”
--- avec incentive et impact publication: leaflets imprimés (x 50 exemplaires par production - pour personnes qui assistent á la thématique)

CONTACT

Habib Belaribi
Associate & Cofounder
habib@socialmediasquad.cc
+33 7 82 43 20 68

Romain Chanut
Associate & Cofounder
romain@socialmediasquad.cc
+33 6 21 10 67 00



SOCIAL
MEDIA
SQUAD

From authentic conversations
to meaningful cooperations.